

INTISARI

Kebutuhan pesta pernikahan yang terkonsep dan mengesankan di wilayah urban memunculkan permasalahan misalnya dalam hal manajemen dan kreativitas. Hal ini ditangkap sebagai peluang oleh *wedding planner* yang mengklaim sebagai pakar dalam perencanaan pesta pernikahan melalui produksi pengetahuannya. Menggunakan perspektif, Industri Budaya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi produksi budaya pada *wedding planner*, terkait siapa di dalamnya, dan bagaimana mekanismenya pada masa yang dikenal profesional kompleks ini. Selain itu penting pula untuk menganalisis bagaimana *wedding planner* melegitimasi kepakarannya sebagai penyedia jasa. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dari data yang didapat melalui observasi partisipatoris dan wawancara mendalam pada objek penelitian, *Mahar Agung Organizer*. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa produksi budaya *wedding planner* melibatkan kondisi eksternal yang dijelaskan dalam enam faset: teknologi, hukum dan regulasi, struktur industri, struktur organisasi, jenjang karir, serta situasi pasar. Produksi budaya tersebut memiliki kompleksitas, ambivalensi, dan kontestasi antara lain dalam penyebaran informasi, pola sinergis yang mengelilinginya, lemahnya hukum yang memberikan ambivelansi, serta kompleksitas strategi yang digunakan dalam memahami audiensnya. Yang tidak kalah penting, sebagai penyedia jasa, *wedding planner* memerlukan kepercayaan untuk menjaga relasi dengan klien. Hal itu diwujudkan dalam citra profesional yang kemudian menjadi legitimasi kepakaran dari *wedding planner*.

Kata kunci: citra profesional, industri budaya, legitimasi kepakaran, pernikahan, produksi budaya, wedding planner

ABSTRACT

The needs of a conceptual and impressive wedding party in urban areas raise problems, such as management and creativity. This is captured as an opportunity by wedding planners who claims to be an expert in planning weddings through the production of their knowledge. By using Cultural Industry perspective, this study aims to identify the cultural production in wedding planner, related to who it is in, and how the mechanism at this time which is known as a professional complex one. In addition, it is also important to analyze how wedding planners legitimize their expertise as service providers. The method of data analysis used in this study is descriptive analytical from the data obtained through participatory observation and in-depth interviews with the research object, *Mahar Agung Organizer*. The findings of this study indicate that the production of culture of wedding planner involves external conditions described in six facets: technology, law and regulation, industrial structure, organizational structure, occupational careers, and market. Production of the culture has complexity, ambivalence, and contestation, among others, in the dissemination of information, the synergistic pattern which surrounds it, the weak law that gives ambivalence, and the complexity of the strategies used in understanding the audience. No less important, as a service provider, wedding planners need trust to maintain relationships with clients. This was manifested in a professional image which later became the legitimacy of expertise for the wedding planner.

Keywords: professional image, cultural industry, legitimacy of expertise, marriage, production of culture, wedding planner